

MEHRWEG IN FRIEDRICHSHAIN- KREUZBERG

AN DEN HOTSPOTS RUND UM DIE ADMIRAL-
BRÜCKE UND DEN BOXHAGENER PLATZ

umgesetzt von

NEW
STANDARD
.STUDIO



initiiert und finanziert von



fair.
kiez

visit
mit Berlin





Foto: Erik Marquard

IN DIESEM BERICHT

ÜBER MEHRWEG	3
ÜBER DAS PROJEKT	5
FÜR KOMMUNEN	15
FÜR GASTRONOM*INNEN	17
UNSER FAZIT	20

VORWORT

Klimaschutz heißt Müllvermeidung: 42.000 Plastik- und Pappbecher werden in Friedrichshain-Kreuzberg täglich weggeworfen, aneinandergereiht würde dieser Abfall vom S-Bahnhof Frankfurter Allee bis zum Alexanderplatz reichen. Hinzu kommen Pizzakartons, Einwegbesteck und -geschirr – eine riesige Menge an Müll, der häufig statt in der Mülltonne auf der Straße oder im Park landet. Damit wird nicht nur der öffentliche Raum vermüllt, sondern der riesige Ressourcenaufwand für die Herstellung und Entsorgung ist auch ein echter Klima-Killer. Insbesondere durch to-go Verpackungen in der Gastronomie fallen enorme Mengen an Abfall an, die durch die Nutzung von Mehrwegbehältnissen einfach vermieden werden können.

Dafür wurde das Projekt „Mehrweg in Friedrichshain-Kreuzberg“ initiiert. Grundlage für die Projektdurchführung sind die Handlungsempfehlungen aus dem 2019 für den Bezirk entwickelten Zero-Waste-Konzept für den öffentlichen Raum und die ab Januar 2023 gesetzlich geltenden Mehrwegangebotspflicht für Gastronomiebetriebe. Die Nutzung von Mehrweg im to-go Gastronomiebereich muss vorangetrieben werden und breitenwirksam kommuniziert werden, damit Müllberge deutlich kleiner werden, Ressourcen geschont und das Klima geschützt werden. Im Fokus dieses Mehrwegprojektes standen zwei im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg besonders stark touristisch und gastronomisch frequentierte Gebiete – rund um die Admiralbrücke und den Boxhagener Platz. Gastronom*innen wurden im Rahmen des Projektes durch kostenlose und unabhängige Mehrwegberatungen über das Thema Mehrweg informiert und bei der Umstellung auf Mehrwegsysteme unterstützt. Eine Reihe an Sensibilisierungskampagnen und Aktionen haben das Thema Mehrweg für Konsument*innen sichtbar gemacht. U.a. konnte der Wochenmarkt am Boxhagener Platz als Plattform genutzt werden, um verschiedenen Akteur*innen aus dem Bereich Zero Waste und Mehrweg öffentlich einem breiten Publikum zugänglich zu machen.

Mit Hilfe unserer Projektpartner New Standard Studio und Circular City – Zirkuläre Städte e.V. wurden innovative Ansätze gefunden, um dem Ziel, Mehrweg zum neuen Standard zu machen, näher zu kommen. Die Ergebnisse des Projektes zeigen, dass Kommunen einen gezielten Beitrag auf dem Weg zu Zero Waste leisten können.

Und auch wir arbeiten weiter hartnäckig am Zero-Waste-Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg. Um die Kieze vor unserer Haustür sauberer und umweltfreundlicher zu machen, verfolgen wir nach wie vor den Ansatz: Der beste Abfall ist der, der gar nicht erst entsteht!

Clara Herrmann,
Bezirksbürgermeisterin Friedrichshain-Kreuzberg

WAS IST MEHRWEG?

Mehrweg heißt Wiederverwendung. Viele kennen Mehrweg von den Flaschen, die nach der Verwendung zurück in den Supermarkt gebracht werden. Immer mehr Gastronomiebetriebe oder auch Eventveranstalter führen Mehrweg eines Poolanbieters ein oder akzeptieren selbst mitgebrachte Behälter. Mehrweg ist also auch die Tupperware für das Mittagessen aus der Kantine, die Brotdose für ein Sandwich vom Bäcker oder der selbst mitgebrachte Kaffeebecher zum Café des Vertrauens.

WELCHE ARTEN VON MEHRWEG GIBT ES?

In der Gastronomie gibt es drei verschiedene Arten von Mehrweg:



Eigenes Mehrwegeschirr

Dabei handelt es sich um von Restaurants selbstentwickelte Lösungen. Das Geschirr wird gegen Pfand ausgegeben und muss beim gleichen Anbieter zurückgegeben werden.

Beispiel

Mehrwegbox von Brammibal's Donuts



Mehrweg-Poolsysteme

Gastronomiebetriebe haben die Möglichkeit, Teil eines Mehrweg-Netzwerks zu werden. Sie bekommen Mehrwegboxen von einem Poolanbieter geliefert und geben diese entweder gegen Pfand oder Registrierung durch eine App an Kund*innen aus. Das Mehrweggeschirr kann nach Verwendung in einem anderen Partnerbetrieb zurückgegeben werden und bleibt so im Kreislauf.

Beispiel

Mehrweg-Pizzabox von Vytal



Die selbstmitgebrachte Box

Mit dem neuen Mehrweggesetz, welches im Januar 2023 in Kraft tritt, sind Betriebe dazu verpflichtet, das von Kund*innen mitgebrachte Geschirr zu befüllen. Für die Hygiene der Behälter sind Kund*innen dann selbst verantwortlich.

WARUM IST MEHRWEG WICHTIG?

Mehrweg ist Klimaschutz, denn wer wiederbefüllbare Behälter nutzt, vermeidet unnötigen Müll. Laut Better World Cup fallen in Deutschland jährlich rund 280.000 Tonnen geworfene Einwegbecher und Take-away-Verpackungen an. [Quelle 1](#)

Die Sendung mit der Maus beschreibt das Problem noch plakativer: 280.000 Tonnen Müll sind dem Gewicht von ungefähr 1.400 Einfamilienhäusern gleichzusetzen – also eine Kleinstadt aus vermeidbaren Einwegmüll. [Quelle 2](#)

Diese Menge Müll führt nicht nur zu den überfüllten Mülleimern – auch die Kosten für dessen Entsorgung ist beachtlich. Allein im Berliner Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg stiegen die Kosten für die Reinhaltung von Grünanlagen und Spielplätzen zwischen 2016 und 2021 von € 450.000 auf € 650.000. [Quelle 3](#)

Das ist Geld, welches die Stadtverwaltung auch in die Pflege von Parks, Bau von Spiel- und Sportplätzen und Freizeiteinrichtungen investieren könnte. Und dann ist da noch der Klimaschutz: Jede unnötig produzierte Einwegverpackung führt in der Produktion, beim Transport und der Entsorgung neben der Ressourcenverschwendung zu viel unnötig verursachtem CO₂.

Die Lösung ist einfach:

MEHRWEG MITBRINGEN & NACH MEHRWEG FRAGEN!



WAS IST DIE MEHRWEG(ANGEBOTS)PFLICHT?

Ab 1. Januar 2023 sind Betriebe, die größer als 80 m² groß sind und fünf oder mehr Beschäftigte haben, laut dem Verpackungsgesetz §§ 33 und 34 verpflichtet, eine Mehrwegalternative für kunststoffhaltige Einwegprodukte bzw. unabhängig vom Material für Coffee-to-go-Becher anzubieten. Das Einwegangebot kann parallel bestehen, darf aber nicht billiger als Mehrweg sein. Mehrwegpfand ist ebenso erlaubt wie ein Aufpreis für Einweg. Und jeder Betrieb – egal welcher Größe – muss von Kund*innen mitgebrachte Behälter befüllen. Außerdem ist Bestandteil, dass Betriebe über das Mehrwegangebot gut sichtbar informieren.

Mehr Infos: www.betterworldcup.de/downloads

ÜBER DAS PROJEKT

WIE KAM DIESES PROJEKT ZUSTANDE?

Um die lokale Gastronomie in Vorbereitung auf die Mehrwegpflicht zu unterstützen, entschied das Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg, ein kostenloses und unabhängiges Beratungsangebot einzurichten – in einem ersten Test in den Hotspots Boxhagener Platz in Friedrichshain und Admiralbrücke in Kreuzberg.

Finanziert wurde das Projekt “Mehrweg im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg” aus Mitteln der City Tax 2021/2022 der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe für besonders touristische Projekte. Für die Projektdurchführung standen dem Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg € 70.000 brutto zur Verfügung.

Das Projekt wurde im November 2021 ausgeschrieben und lief von Dezember 2021 bis November 2022.

Die folgenden zwei Ziele beeinflussten das Projekt maßgeblich:

1

Ansprache und Sensibilisierung der Betriebe sowie Unterstützung bei der Einführung von Mehrwegoptionen

2

Entwicklung und Umsetzung eines öffentlichkeitswirksamen Kampagnenkonzepts zur Bewerbung teilnehmender Unternehmen und Sensibilisierung der Konsument*innen

WAS WURDE IM RAHMEN DES PROJEKTES UMGESETZT?

Das Projekt wurde NEW STANDARD.STUDIO Mauracher van Olst GbR gemeinsam mit Circular City – Zirkuläre Stadt e.V. umgesetzt.

- Das Team von Circular City startete im Dezember 2021 mit der Durchführung einer Status Quo-Analyse unter 100 Betrieben in den beiden Hotspots. [↗ Seite 6](#)
- Basierend darauf erstellte das Team von NEW STANDARD.STUDIO einen Kommunikationsleitfaden für die Betriebsansprache und führte Mehrwegberatungen von Februar bis Oktober 2022 durch. [↗ Seite 7](#)
- Ab Mai fanden erste Aktionen im öffentlichen Raum statt. Zusätzlich wurde im 2-Wochen-Takt von 7. Mai bis 27. August 2022 ein Marktstand am Boxhagener Platz Wochenmarkt von unterschiedlichen Mehrweg-Akteuren bespielt. [↗ Seite 10](#)
- Parallel dazu wurde eine Kampagne entwickelt, die bei einer Pressekonferenz am 25. Juli 2022 vorgestellt wurde, und anschließend im ganzen Bezirk sichtbar war. [↗ Seite 9](#)
- Im Juni wurden die beiden Hotspots erweitert und neue Gastronomiebetriebe angesprochen.
- Im Juli wurde an bzw. in den Grünflächen in den Hotspots Kommunikation in Form von Schildern bzw. Bannern montiert. Dazu mehr unter Zero-Waste-Zone auf [↗ Seite 12](#).
- Im November 2022 wurden letzte Mehrwegberatungen durchgeführt und dieser Bericht erstellt – mit einigen Maßnahmen zur Nachahmung empfohlen. Wir hoffen, dass so Mehrweg zum neuen Standard wird!

1. SCHRITT

BESTANDSANALYSE

Insgesamt wurden 100 Gastronomiebetriebe in den beiden Hotspots (66 in Friedrichshain, 34 in Kreuzberg) für eine erste Bestandsaufnahme befragt. Genau bedeutet das, dass eine Mitarbeiterin von Circular City außerhalb der Stoßzeiten von Betrieb zu Betrieb ging und mit dem Personal vor Ort sprach. Sie erstellte eine Umfragenvorlage und füllte diese im Gespräch oder kurz danach aus, um ein Stimmungsbild und den Wissensstand rund um Mehrweg einzufangen.

Für die späteren Maßnahmen relevante Erkenntnisse waren vor allem:

70 %

der Befragten hatten keine Mehrwegoption, was teils daran lag, dass sie nicht die für sich relevanteste Option identifizieren konnten bzw. nicht wussten, welche ihnen zur Auswahl stehen.

73 %

der befragten Betriebe wurden bisher noch nicht von Kund*innen nach Mehrweg gefragt.

51 %

der Betriebe waren bereit, mehr über Mehrweg zu erfahren, 35 % mussten sich dahingehend noch mit einem Entscheidungsträger absprechen, während 14 % kein Interesse hatten.

Betriebe, die Mehrweg bereits kannten oder überlegt hatten, Mehrweg einzuführen, nannten folgende Gründe, warum dies noch nicht geschah:

unzureichende Informationen über passende Lösungen
35 %

Fehlende Lagerfläche
11 %

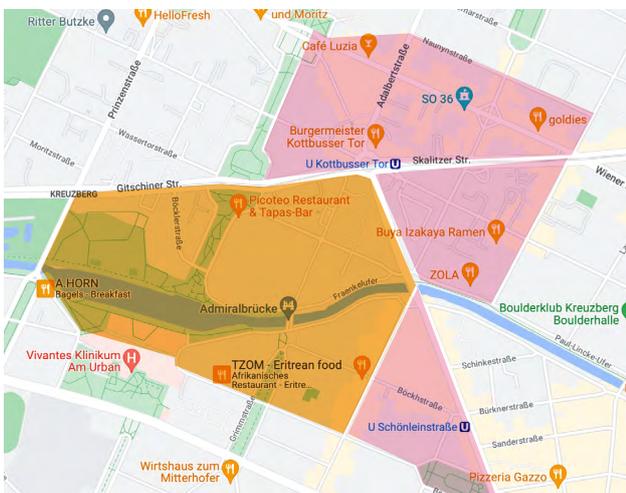
Sprachbarriere
24 %

Zeitaufwand, z.B. für Abwasch
7 %

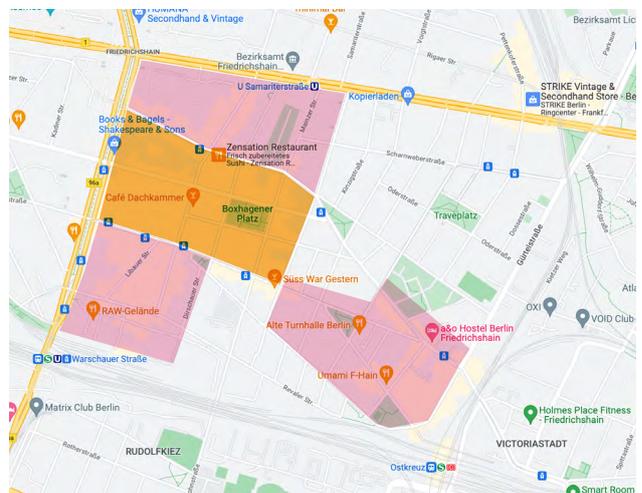
Kosten der Einführung und Nutzung
26 %

Größe / Formen der verfügbaren Mehrwegoptionen
11 %

Gebiet rund um die Admiralbrücke in Kreuzberg



Gebiet rund um den Boxhagener Platz in Friedrichshain



- Hotspot (Bestandsanalyse und Schwerpunkt der Betriebsansprache ab Januar 2022)
- Erweiterung (Betriebsansprache ab Juni 2022)

2. SCHRITT

BETRIEBSANSPRACHE

Nach der Auswertung der Bestandsanalyse und gewappnet mit den Fragen, die uns während der Umfrage gestellt wurden, erarbeiteten wir einen Kommunikationsleitfaden. Neben Informationen, Abbildungen und einem Preisvergleich führten wir auch an, warum Mehrweg generell Sinn macht.

Dank vorheriger Projekte im Mehrwegbereich wussten wir, dass z.B. Gruppenberatungstermine oder Online-Formate kaum Gastronom*innen anziehen, weshalb wir uns auf die persönliche Beratung in Form von Einzelgesprächen konzentrieren.

Die größte Hürde, die auch den Zeitaufwand für die Betriebsansprache erhöhte, war die Kontaktaufnahme. Auf E-Mails, Anrufe oder einen vom Bezirksamt versendeter Infobrief reagierten die Gastronom*innen nicht. Nur eine persönliche Kontaktaufnahme – also die Ansprache vor Ort – führte zu Rückmeldungen. Zwar haben wir so nicht immer den oder die Entscheidungsträger*in erreicht, konnten aber zumindest einen persönlichen Kontakt aufbauen und uns langsam von Erst- zur Zweit- bzw. Intensivberatung vorarbeiten.

Folgender Ablauf zur Kontaktaufnahme stellte sich als effektiv heraus:

- 1. Persönliches Aufsuchen des Betriebes mit Infozettel**, sodass Angestellte die diesen an den*die Besitzer*in des Betriebes weitergeben konnten, nachdem diese*r oft nicht zur passenden Zeit vor Ort war. Der Infozettel enthielt u.a. Informationen zum Projekt an sich, der Relevanz von Mehrweg und der Mehrwegpflicht ab 1. Januar 2023 sowie Kontaktmöglichkeiten (Telefon bzw. E-Mail).
- 2. Erinnerung per E-Mail oder über Social Media-Kanäle bzw. zweites persönliches Aufsuchen mit Starterkit**, das u.a. ein kleines Poster, einen Thekenaufsteller und einen Fenstersticker enthielt. Die Idee war, damit Betrieben eine erste Hilfestellung bei der Einführung von Mehrwegoptionen an die Hand zu geben. Das Starterkit war so konzipiert, dass damit Betriebe die bevorstehende Mehrwegpflicht einhalten konnten (Die Motive waren z.B. „Wir bieten Mehrweg von ... an“ / „Wir befüllen selbst mitgebrachte Behälter.“).

So weckten wir das Interesse der ersten Betriebe und konnten die ersten Beratungen durchführen. Die konkrete Art der Beratung hing vom jeweiligen Wissensstand bzw. Bedarf des Betriebes ab. Für Ergebnisse der Betriebsansprache siehe „Was haben wir mit diesem Projekt erreicht?“ [z Seite 13](#)

ERSTBERATUNG

- Informationen über Mehrweg und dessen Vorteile, u.a. verringertes Müllaufkommen, saubere Straßen, weniger Ressourcenverbrauch und in vielen Fällen geringere Kosten gegenüber Einwegverpackungen
- v.a. für Betriebe, die noch nicht von Mehrweg gehört hatten

ZWEITBERATUNG

- Details zu für den Betrieb relevante Mehrweg-Pooloptionen
- Kostenvergleich für Unterschied zwischen Einweg und Mehrweg auf Basis des jeweiligen Takeaway-Aufkommens und Beweis, dass Mehrweglösungen (v.a. pay-per-use Poolösungen) in den meisten Fällen bereits günstiger sind als Einwegverpackungen
- Abfrage, welche spezifischen Arbeitsabläufe im Betrieb womöglich hinderlich für die Nutzung von Mehrweg waren

INTENSIVBERATUNG

- Tiefgehender als Zweitberatung in die Tiefe bzw. oft nötig, um mit der Leitung des Betriebs zu sprechen
- auch Beratungen für Betriebe, die kurz vor Einführung von Mehrweg standen oder bereits eine Mehrwegoption nutzten, mit Tipps zum Erhöhen Akzeptanz bei ihren Kund*innen (u.a. Sichtbarkeit der Mehrwegoption)
- „How-to-Mehrweg“ Infozettel und weitere Handreichungen z.B. zum Thema Hygiene

3. SCHRITT

KAMPAGNE

Im Rahmen der „Frag nach Mehrweg“-Kampagne entstanden u.a. Plakatwerbung, Social Media Ads und ein regelmäßig bespielter Instagram-Kanal. Außerdem setzten wir diverse Events und Aktionen um, um das Thema ins öffentliche Interesse zu rücken.

Basierend auf den Erkenntnissen aus der Status Quo-Analyse und der Betriebsansprache entstande in Kampagnendach mit starker Botschaft an alle Konsument*innen. Da von Betrieben immer wieder die fehlende Kund*innennachfrage als Grund gegen Mehrweg genannt wurde, richtete sich die Aufforderung “Frag nach Mehrweg!” einerseits an Kund*innen, aber auch an Gastronom*innen selbst.



Die erste Kommunikationsmaßnahme – ein Gewinnspiel – sollte jene belohnen, die in Gastronomiebetrieben, die noch kein Mehrweg nutzen, danach fragten. Auf einer Website konnten sich Berliner*innen mit E-Mail und Name des Gastronomiebetriebes eintragen und einen 50,- € Gutschein des jeweiligen Betriebes gewinnen, insofern dieser im Projektzeitraum Mehrweg einführt.

Bis zum Gewinnspieltende im September 2022 gingen knapp 300 Einsendungen ein. Da das Gewinnspiel aufgrund der Kooperation mit Mehrweg-Poolanbietern nicht nur auf Friedrichshain-Kreuzberg begrenzt werden konnte, kamen viele Einsendungen aus anderen Teilen Berlins. Eine Übereinstimmung gab es im Projektzeitraum nicht, weshalb kein Gewinn vergeben werden konnte. Die Idee und Umsetzung war grundsätzlich richtig, um die Nachfrage auf Kund*innenseite zu erhöhen. Die Teilnahmezahl hätte durch ein höheres Werbebudget oder Kooperation mit z.B. Better World Cup als stadtweite Initiative gesteigert werden können.

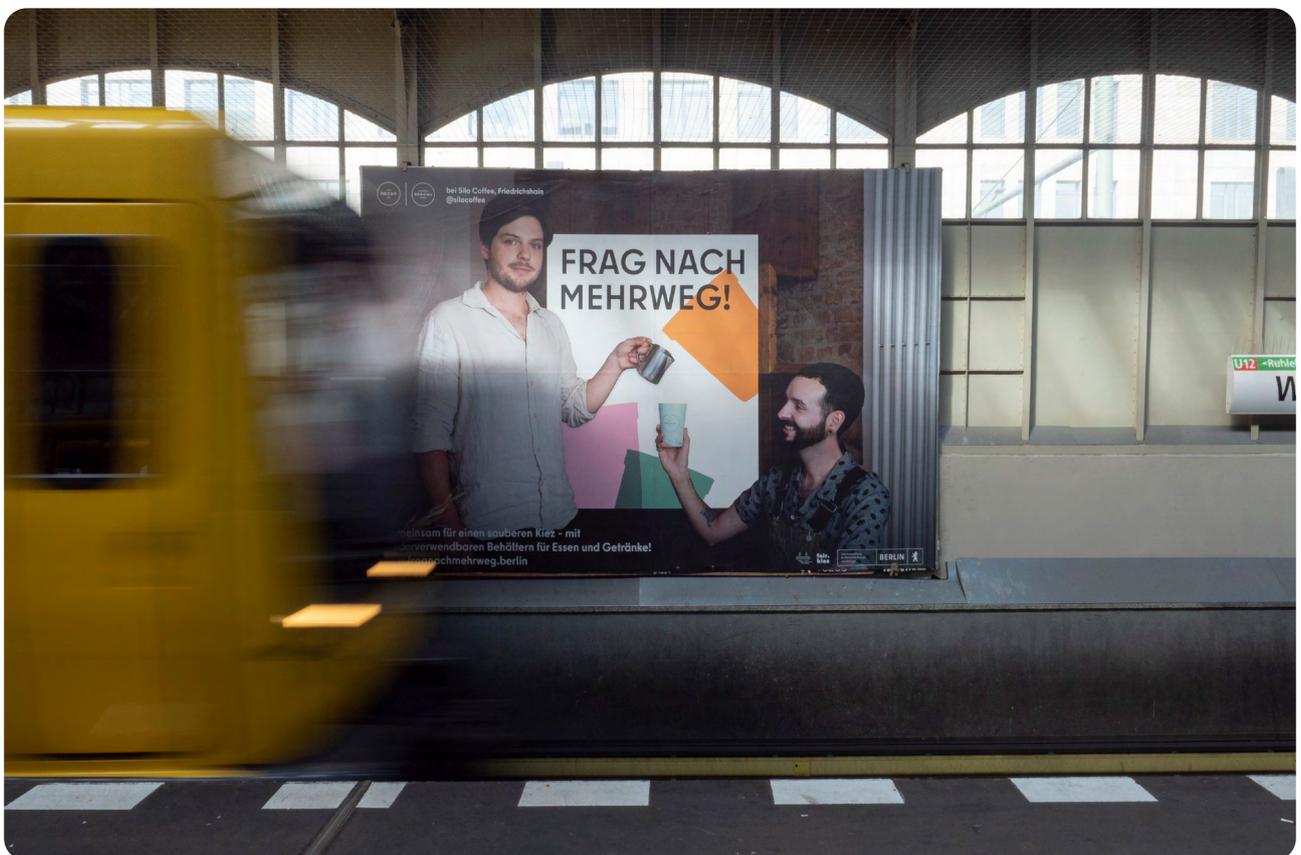
Abbildung:
Gewinnspiel-Website
www.fragnachmehrweg.berlin

Ab Mai 2022 entwickelten wir eine Kampagne, deren Motive im öffentlichen Raum bzw. U-Bahnhöfen zu sehen war. In den Mittelpunkt rückte die Kampagne nach dem Motto "Frag nach Mehrweg" die gemeinsame Sache: Das Angebot seitens Gastronomie und die Nachfrage von Konsument*innen. In den fünf Motiven reichten sich Gastronom*innen und Kund*innen über Mehrweg die Hand, wobei die jeweilige Mehrweglösung im Fokus des Kampagnenmotivs stand.

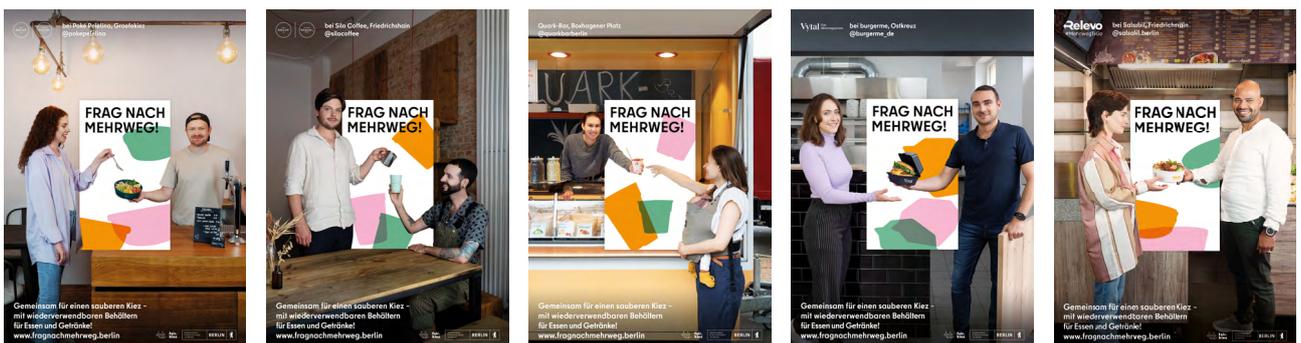
Von August bis November 2022 war die Kampagne auf Stromkästen, in U-Bahn-Höfen, auf digitalen Screens, rund um die Mercedes-Benz Arena in Friedrichshain und auf Social Media zu sehen. Dafür beteiligten sich die drei Mehrweg-Poolanbieter Re-cup | Rebowl, Vytal und Relevo, deren Lösung beim jeweiligen Gastronomiebetrieb zum Einsatz kamen, an den Druck- und Mediakosten, wodurch eine hohe Reichweite erzielen werden konnte.

Für die Kampagne wurden folgende Betriebe als Vorbilder in Szene gesetzt:

Poké Pelelina (Gräfekiez), **Silo Coffee** (Friedrichshain), **Quark-Bar** (Boxhagener Markt), **burger.me** (Ostkreuz), **Salsabil** (Friedrichshain)



Abbildungen: Die Kampagnenmotive



MIT WEM HABEN WIR ZUSAMMENGearbeitet?

Kooperationen und strategische Partnerschaften waren integrale Bestandteile des Projektes.

Zum Projektstart vernetzten wir uns mit Mehrweganbietern und Akteuren aus dem Non-Profit Sektor, etwa Einmal ohne Bitte, Life e.V. oder BetterWorldCup, um gemeinsame Aktionen zu planen und Kräfte zu bündeln. So arbeiteten wir u.a. im Rahmen der Kampagne mit Mehrweganbietern zusammen und boten Initiativen und Projekten aus dem Mehrwegbereich die Möglichkeit, einen Infostand am Wochenmarkt Boxhanger Platz zu bespielen.

WELCHE AKTIONEN HABEN WIR UMGESETZT?

Mit dem Ziel budgetschonend möglichst viel Reichweite und Wirksamkeit zu erzielen, entschieden wir uns für einen Mix aus klassischer Werbung, digitalen Maßnahmen und Aktionen im öffentlichen Raum.

UNSER STAND AM WOCHENMARKT

07.05.22 - 27.08.22

In Kooperation mit dem Wochenmarkt Boxhanger Platz bespielten wir und andere Akteur*innen aus dem Mehrwegbereich im Zwei-Wochen-Rhythmus von 7. Mai bis 27. August einen Infostand. Mit Gewinnspielen und Informationsmaterialien konnten die Initiativen und Projekte dadurch ein breites Publikum erreichen. Dafür bedanken wir uns recht herzlich beim Betreiber des Wochenmarkt Boxhanger Platz.

Folgende Initiativen, Projekte und Mehrweg-Poolanbieter nutzten den Marktstand:

LIFE e.V., EOB - Einmal ohne bitte, "Frag nach Mehrweg", Tiffin Loop/ ECO Brotbox, Vytal | Das Mehrwegsystem, Relevo, FairCup, Circular City - Zirkuläre Stadt e.V., BetterWorldCup + "Frag nach Mehrweg"



Der Auftakt fiel mit dem BYOB-Mehrwegpicknick zusammen. An diesem Tag wurden auch die fairkiez-Mehrwegbecher der Wirtschaftsförderung Friedrichshain-Kreuzberg zum ersten Mal eingesetzt, die innerhalb kürzester Zeit für eine hohe Müllreduktion sorgten. Der letzte Termin lief unter dem Motto "Müllfreier Markt": Hier wurden für den Markt passende, kostenlose Mehrwegbehälter, u.a. Brotbeutel, Gemüsenetze und Schraubgläser verteilt. Marktbesucher*innen wurden so zum Thema und dem Projekt aufgeklärt. Ein Teil der Mehrwegbehälter wurde an Marktstände verteilt. Hier könnte eine gemeinschaftliche, standübergreifende Lösung ähnlich der fairkiez-Mehrwegbecher sinnvoll sein.

KIEZVERSAMMLUNG

20.05.22

Gemeinsam mit der Initiative Gemeinwesenarbeit Urbanhafen fand eine Kiezversammlung in der Nähe der Admiralbrücke statt, um mit Anwohner*innen, die sich über die dortige Vermüllung beklagen, ins Gespräch zu kommen. Geäußert wurden Wünsche u.a. nach mehr Mülleimern bzw. Abholungen, aber auch nach verstärkter Kommunikation vor Ort, z.B. in Form von Schildern. Auch das Thema Kontrollen bzw. Sanktionen wurde mehrfach genannt.



WORLD CLEAN-UP DAY

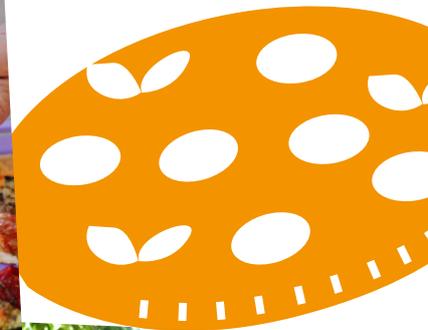
17.09.22

Am Carl-Herz-Ufer nahe der Admiralbrücke fand gemeinsam mit Clean River Project, The Changency und Sea Shepherd Germany ein Clean-Up statt, an dem auch die Bezirksbürgermeisterin Clara Herrmann teilnahm. Überdimensionale Einwegmüllobjekte, u.a. To-go-Becher und Pizzabox, visualisierten das Müllproblem plakativ. So konnten in Gesprächen Bewusstsein dafür geschaffen werden.

MEHRWEG, MUCKE, MARGHERITA

21.06.22

Gemeinsam mit dem Mehrweg-Poolanbieter Vytal und einer Pizzeria an der Admiralbrücke wurden Pasant*innen und Pizzaesser*innen über die Vorteile von Mehrweg aufgeklärt. Trotz vorheriger Terminabsprache wurde die Veranstaltung von der Pizzeria kurz nach Start abgebrochen, da die Nutzung der Mehrweg-Pizzaboxen Unruhe in ihre Arbeitsabläufe brachte. Das Angebot des Mehrweg-Poolanbieters, die Abläufe vorab gemeinsam durchzugehen und die Behälter zu testen, wurde vom Gastronomiebetrieb nicht angenommen. Hier wurde klar, dass Mehrweg ohne vorherige Schulung oder Einführung für Betriebe eine große Herausforderung darstellt.



24H VISIONSKULTUR

25.09.22

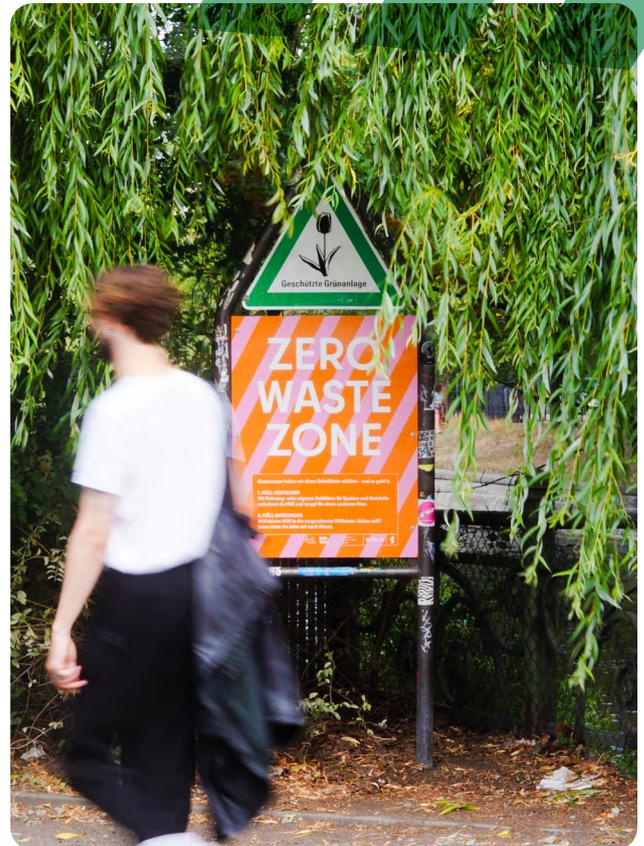
Die übergroßen Einwegmüllobjekte kamen als Teil des 24h Visionskultur in Friedrichshain ein zweites Mal zum Einsatz. An einem Infostand und mit der Präsentation diversen Mehrweglösungen wurden Besucher*innen über die Vorteile von Mehrweg aufgeklärt.

WAS IST EINE ZERO-WASTE-ZONE?

In der Kiezversammlung am 20. Mai [z. Seite 11](#) wurde von mehreren Anwohner*innen beklagt, dass es bisher keine Kommunikation seitens des Bezirksamtes zum Thema Vermüllung rund um die Hotspots gab. Ein auffälliges Schild, das vor Ort – sowohl an der Admiralbrücke als auch am Boxhagener Platz – montiert wurde, kommuniziert nun die Vision einer “Zero Waste Zone”.

Das positive Reframing sollte einerseits auf die bestehende Problematik hinweisen, andererseits den Menschen Anlass geben, ihr eigenes Verhalten zu hinterfragen. Tipps am Schild wiesen u.a. auf Mehrweg als Lösung gegen Müllberge hin.

Neben den Schildern kamen temporäre Banner sowie Aufkleber an Mülleimern zum Einsatz. Die Idee war, bereits vorhandene Infrastruktur zu nutzen, um das Thema ins Gespräch zu bringen.



Abbildungen: Die Kommunikation vor Ort in Form von Schildern, Bannern und Aufklebern auf Mülleimern

WAS HABEN WIR MIT DIESEM PROJEKT ERREICHT?

Im Juni 2022 führten wir eine zweite Umfrage unter den 100 Betrieben durch. [↗ Seite 6](#)

Erste Erfolge:

65 %

wussten von der kommenden Mehrweg-Pflicht und von den für sie verfügbaren Mehrwegoptionen (Stand Januar: 30%)

45 %

der Betriebe wurden von Kund*innen nach Mehrweg gefragt (Stand Januar: 27 %)

95 %

der Betriebe akzeptierten und befüllten von Kund*innen mitgebrachte Behälter (Stand Januar: 60 %)

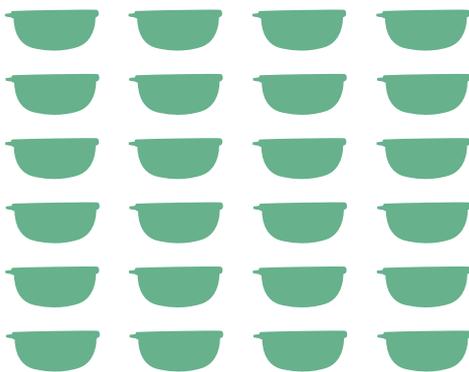
Aufgrund des hohen zeitlichen Aufwandes der Betriebsansprache und Beratungen wurde auf eine weitere Umfrage nach Projektende verzichtet.

Mit der Werbeflächenkampagne und Aktionen konnten wir mehr als **2.8 Mio Kontakte** erreichen. Über Social Media und im Projektzeitraum konnten wir mehr als **240.000 Konten** (= Personen) erreichen, davon 85 % in Berlin.

Im Projektzeitraum konnten nach Erstansprache von insgesamt **384 Betrieben** folgende Beratungen durchgeführt werden:

- 76 Erstberatungen
- 24 Zweitberatungen
- 55 Intensivberatungen

Erreichte Ziele bis zum Ende des Projektes:



24

Betriebe führten eine Mehrweglösung (Poolanbieter oder individuell) ein



9

befanden sich kurz vor der Einführung (z.B. Vertrag mit Mehrweg-Poolanbieter abgeschlossen, aber noch nicht in Nutzung)

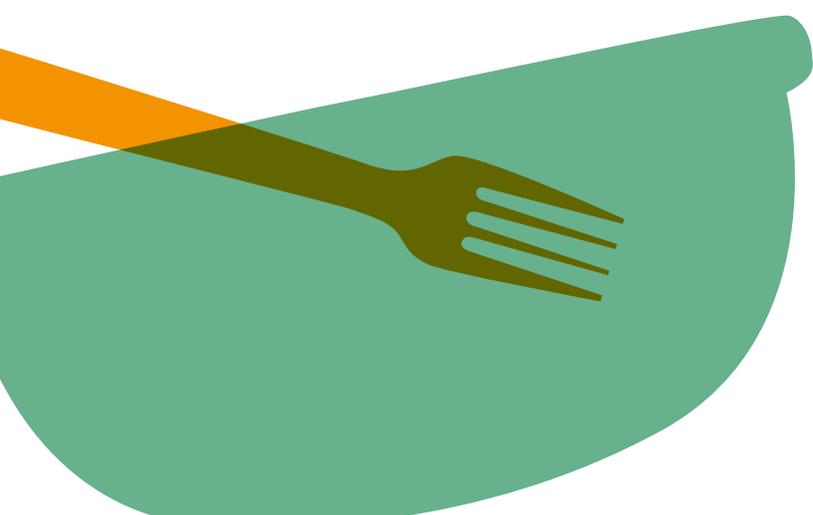
WIE VIEL HAT DAS GEKOSTET?

Das Projekt "Mehrweg im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg" wurde aus den Mitteln der City Tax 2021/2022 der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe für besonders touristische Projekte finanziert. Für die Projektdurchführung standen dem Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg € 70.000 brutto zur Verfügung. Verschiedene Mehrweganbieter steuern weitere € 7.500 netto bei, die für die Mediakosten der Kampagne genutzt wurden.

WARUM ENTSCHEIDEN SICH MANCHE GASTROBETRIEBE GEGEN MEHRWEG?

Es gibt viele Gründe, warum Betriebe noch kein Mehrweg anbieten. Hier sind einige davon, für die es Lösungen zu finden gilt, um Mehrweg zum neuen Standard zu machen.

- **Kein Bedarf.** Viele der von uns angesprochenen Betriebe bieten keine Außerhaus-Verkäufe an.
- **Nicht von Mehrwegpflicht betroffen.** Die meisten der Betriebe wussten von der kommenden Mehrwegpflicht und der Sonderregelung für kleinere Betriebe (Fläche unter 80 qm). Es war schwierig, diese von einer Mehrweglösung zu überzeugen.
- **Sprachbarrieren.** Zudem war für einige Betriebe deren Sprachbarriere bzw. fehlende Deutschkenntnisse ein Hindernis, um ausreichend über das Thema aufgeklärt zu werden. Unser Team konnte zusätzliche Sprachen abdecken, aber zum Beispiel nicht Türkisch oder Arabisch. Viele Handreichungen zum Thema werden außerdem oft nur auf Deutsch oder Englisch veröffentlicht, was zum Ausschluss einiger Betriebe führt.
- **Vorhandene Mehrweglösungen nicht geeignet.** Für einige der Betriebe eigneten sich Materialien, Größen oder Formen des am Markt verfügbaren Mehrweg-Angebots nicht. Andere konnten diese nicht optimal in ihre Arbeitsabläufe integrieren, was für erhöhten Mehraufwand und konstante Mitarbeiter*innenschulungen gesorgt hätte. Beispiele hierfür sind u.a. dass es nicht möglich ist, Pizzen (anders als in Pappkartons) direkt in Mehrwegboxen zu schneiden, da es sonst zu Materialabrieb (Plastik) kommt, oder dass viele Betriebe Takeaway-Bestellungen auf Warmhalteplatten stellen, bis sie von Kund*innen oder Lieferdiensten abgeholt werden – auch dies ist bei den meisten Materialien von Mehrwegbehältern im Vergleich zu Alu oder Papier nicht möglich.
- **Fehlende Kund*innennachfrage.** Ein Großteil der Betriebe sah keinen Bedarf an Mehrweg, da Kund*innen bisher noch nicht genug danach fragten. Mehrweg entpuppt sich daher als klassisches Henne-Ei-Problem: Muss zuerst der Betrieb aktiv werden, damit Kund*innen das Angebot sehen und es nutzen, oder müssen Kund*innen durch vermehrte Nachfrage Druck aufbauen, sodass der Betrieb realisiert, dass Bedarf besteht? Klar ist: Es braucht beides, damit es zu einer langfristigen und erfolgreichen Nutzung kommt.



HANDLUNGS- EMPFEHLUNGEN

Um Mehrweg zum neuen Standard zu machen, braucht es einen umfangreichen Werkzeugkasten und Maßnahmen, die u.a. als Bezirk nicht umsetzbar sind oder nur bedingt Wirkung entfalten können, sondern auf städtischer oder Bundesebene realisiert werden müssen. Entscheidungsträger*innen des öffentlichen Sektors haben es in der Hand, die Klimawende zu beschleunigen, in dem sie die ihnen verfügbaren Werkzeuge strategisch einsetzen.

KOOPERATION

Es gibt bereits eine Vielzahl von Mehrweg-Anbietern, -Initiativen und -Projekten, die allerdings noch wenig zusammenarbeiten bzw. voneinander lernen. In vielen Projekten werden dieselben Fehler gemacht, sodass es aufgrund der kurzen Laufzeit vieler Projekte nicht zu effektiven Lösungen kommt. Die Deutsche Umwelthilfe, der Mehrwegverband und andere, bundesweit aktive Initiativen starten aktuell neue Projekte, die Abhilfe schaffen sollen. Relevant für lokale Initiativen ist die Zusammenarbeit mit größeren Multiplikatoren und Verbänden wie DEHOGA oder IHK.

KONTROLLEN

Aus vielen Gesprächen mit Gastronom*innen und mit Rückblick auf das wenig erfolgreiche Einwegplastikverbot zeigt sich: Nur mit regelmäßigen Kontrollen, z.B. durch das Ordnungsamt, kann die Mehrwegpflicht zu langfristigen Änderungen führen. Mögliche Strafen müssen zumindest kommuniziert werden, um abschreckenden Charakter zu haben.

Ein möglicher Startpunkt dafür sind Neugründungen: Dort könnte besonders einfach kontrolliert werden, ob die Mehrwegpflicht umgesetzt wird. Bei der Zulassung könnte passendes Infomaterial ausgegeben werden. Außerdem müssen in neuen Betrieben keine Arbeitsprozesse umgestellt werden – stattdessen kann sich der Betrieb von Anfang an auf die Nutzung von Mehrweg einstellen.

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT / KAMPAGNE

Mehrweg lebt von Angebot und Nachfrage – neben den zwei oben erwähnten Punkten ist eine Öffentlichkeitskampagne sinnvoll, um das allgemeine Bewusstsein für dieses Thema zu stärken. Es braucht laufende und großflächige Kampagnen, sodass Konsument*innen (aber auch Mitarbeiter*innen in der Gastronomie) wiederholt auf das Thema aufmerksam gemacht werden. Interessant wäre hier zu testen, welche mit Mehrweg in Verbindung stehenden Vorteile von Konsument*innen als am relevantesten und motivierendsten beurteilt werden, z.B. sauberer öffentlicher Raum, Ressourcenschonung, Klimaschutz. Darüber hinaus braucht es regelmäßige Reminder im Moment der Kaufentscheidung (bzw. Entscheidung, ob Mehrweg oder Einweg), was im Rahmen der Mehrwegpflicht durch die Informations-/Kennzeichnungspflicht hoffentlich umgesetzt wird.

BERATUNGSANGEBOT

Mittlerweile ist es Selbstverständlichkeit, dass das Gesundheitsamt zu Hygiene informiert und Gastrobetriebe ein Hygienekonzept vorzulegen haben. Diese Selbstverständlichkeit braucht es für Nachhaltigkeit und Mehrweg ebenso. Ein sichtbares (!) und kostenloses Beratungsangebot bildet die Grundlage dafür, ebenso wie klares, barrierefreies und mehrsprachiges Informationsmaterial, das proaktiv an Betriebe verschickt wird.

FINANZIELLE ANREIZE

Betriebe, die mit Mehrweg starten, müssen zeitlichen und finanziellen Mehraufwand auf sich nehmen, um Mehrweg in Arbeitsprozesse zu integrieren und das Team wiederholt zu schulen. Wir empfehlen daher eine Mehrweg-Prämie einzuführen, die nach 6 Monaten ab Zeitpunkt der Anmeldung zum Programm und nach Vorlage eines Erfolgsberichts ausbezahlt wird. Diese Maßnahme hat mit Blick auf Städte wie Tübingen oder München Erfolgspotential, da dadurch eine klare Richtung vorgegeben wird.

Auch ein Förderprogramm für die Anschaffung einer zusätzlichen Spülmaschine bzw. dafür nötige Umbauarbeiten, um diese zu installieren, sollte bedacht werden.

Weiters kann die Anschaffung von Rückgabeautomaten gefördert bzw. diese im öffentlichen Raum platziert werden.

Für weitere, detaillierte Handlungsempfehlungen verweisen wir an dieser Stelle auf den Projektbericht „Mehrweg im Samariterkiez“ von Zero Waste e.V., deren vorgeschlagenen Maßnahmen sich grundlegend mit unseren decken.

[„Mehrweg im Samariterkiez“ von Zero Waste e.V.](#)

DIE VORTEILE

Mit Mehrweg positionieren sich Betriebe als zukunftsfit. Wer die Klimakrise ernst nimmt und sich fragt, welchen positiven Beitrag zur Klimawende man selbst leisten kann, kommt in der Gastronomie an Mehrweg nicht vorbei.

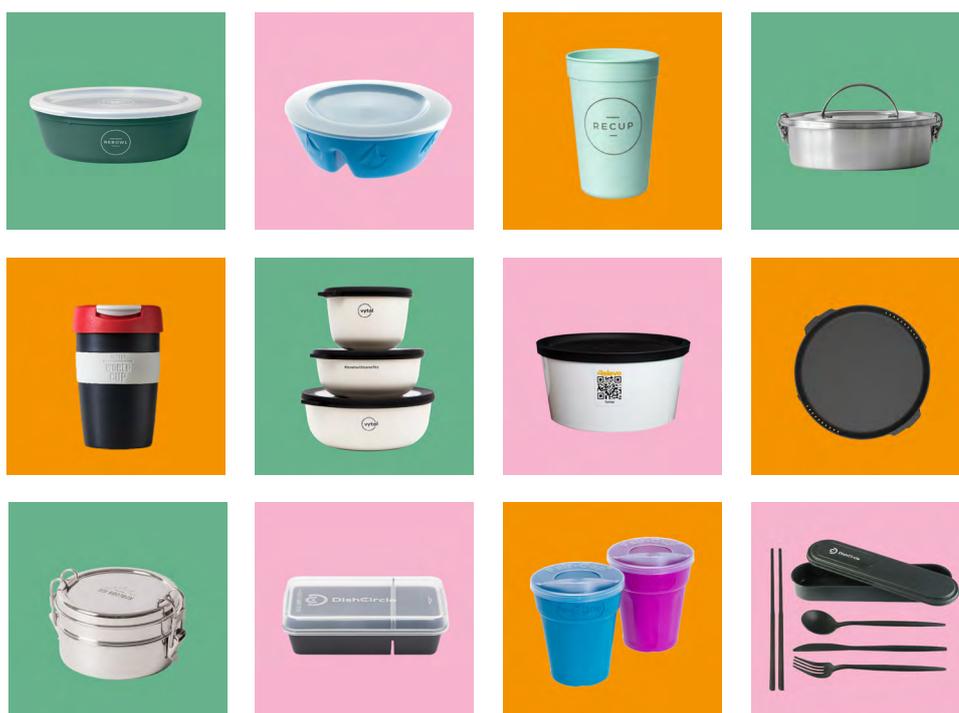
Wer Mehrweg einführt, setzt sich aktiv für unsere Umwelt ein. Neben Image und Positionierung, ist Mehrweg auch aus der finanziellen Perspektive spannend. Vor allem für Betriebe, die mit Außerhaus-Konsum viel Umsatz machen, zahlt sich Mehrweg finanziell aus.

Je nach Art des Mehrweggeschirrs sagen zufriedene Gastronom*innen auch, dass es für sie eine gute Art der Kund*innenbindung ist – schließlich kommen Kund*innen zurück, um das Mehrweggeschirr zurückzugeben.

WAS KOSTET MEHRWEG FÜR GASTRONOM:INNEN?

Bei Poolanbietern von Mehrweg gibt es verschiedene Preismodelle: manche Anbieter verrechnen eine einmalige Listungsgebühr und eine monatliche Teilnahmegebühr, um beim Pool-Netzwerk dabei zu sein. Dabei verzichten sie auf Zahlungen pro Befüllung. Dieses Modell ist vor allem für Betriebe mit vielen Außer-Haus-Verkäufen von Vorteil.

Andere Anbieter verrechnen berechnen eine einmalige Listungsgebühr. Weitere Zahlungen werden pro Nutzung des Geschirrs abgerechnet – dann zahlen Gastronom*innen einen kleinen Beitrag pro Befüllung. Finanziell ist diese Option für Betriebe interessant, die seltener Takeaway-Geschirr nutzen. Die Kosten sind mit den Kosten von Einwegbehältern vergleichbar.



WARUM FUNKTIONIERT MEHRWEG FÜR MANCHE GASTRONOMEN NICHT? (PIZZA, BURGER,...)?

Wer Mehrweg einführt, muss auch seine Arbeitsprozesse mehrwegkompatibel gestalten und das eigene Team entsprechend schulen. Vor allem bei Fast Food Betrieben kommt es auf die Geschwindigkeit an und da sind die gängigen Arbeitsprozesse oft noch nicht auf Mehrweg ausgelegt. Ein Beispiel aus der Praxis: Viele Pizzerien schneiden die Pizza direkt im Karton. Im Mehrweggeschirr ist das allerdings nicht möglich und müsste daher an einer anderen Stelle passieren, bevor die Pizza in der Box landet.

Bei anderen Betrieben, etwa einem Burger-Restaurant mit Lieferoption, ist es so, dass die Speisen auf einer Heizplatte aufbewahrt werden, bis sie vom Lieferservice abgeholt werden. Hier müsste man bei der Auswahl des Mehrweggeschirrs darauf achten, dass das Material kompatibel mit diesem Vorgang ist.

Arbeitsprozesse zu hinterfragen und umzugestalten ist oft also unumgänglich, um Mehrweg erfolgreich einführen zu können.

WIE KANN MAN DAS EIGENE LOKAL MEHRWEGFREUNDLICH GESTALTEN?

Die Mehrheit der Gastrobetriebe führt Mehrweg optional ein und behält weiterhin Einweg. Sie geben den Kund*innen damit die Möglichkeit, sich zwischen Mehrweg und Einweg zu entscheiden. Folgende Strategien gibt es, Mehrweg attraktiver zu machen:

- **Proaktiv nach Mehrweg fragen** – bei jeder bei jeder Bestellung.
- **Bei selbst mitgebrachten Geschirr einen Rabatt gewähren** – somit erhalten Kund*innen einen zusätzlichen Anreiz, daran zu denken, ihr eigenes Geschirr mitzunehmen.
- **Aufpreis für Einweggeschirr verrechnen:** 50 Cent oder mehr sind für Einweggeschirr angemessen – so erhalten bisher externalisierte Kosten wie Entsorgung oder Ressourcenverschwendung einen monetären Wert.

WIE KÖNNEN GASTRONOM*INNEN AUF MEHRWEG AUFMERKSAM MACHEN?

Neben der konkreten Nachfrage bei jeder Bestellung gibt es auch non-verbale Wege, um Kund*innen auf Mehrweg aufmerksam zu machen.

- **Auf der Tür** – mit einem Aufkleber oder einem Plakat. Wir empfehlen, auf die Verfügbarkeit von Mehrweg direkt beim Betreten des Lokals aufmerksam zu machen
- **Tisch- und Thekenaufsteller** – Für viele Kund*innen ist Mehrweg bisher Neuland. Daher macht es Sinn, möglichst oft auf das Mehrwegangebot aufmerksam zu machen. Poolanbieter bieten solche Aufsteller kostenlos an.
- **Geschirr sichtbar auf der Theke:** Da immer mehr Menschen Werbefinformationen übersehen, macht es Sinn, das Mehrweg-Geschirr sichtbar an der Theke und am besten neben der Kasse zu positionieren.
- **Beim Lieferservice:** Die gängigen Lieferdienste arbeiten mit Mehrweg-Poolanbietern zusammen und liefern Essen mittlerweile auch in Mehrweg.

MEHRWEG-ERFOLGSGESCHICHTEN

POKÉ POKELINA

„Seit fast 2 Jahren verkaufen wir Speisen für Außer-Haus-Konsum fast nur mehr in Mehrwegbehältern. Zuerst starteten wir mit einer eigenen Lösung gemeinsam mit ca. 20 Stammkund*innen, die bei uns zwei bis vier Mal im Monat Essen holten. Mittlerweile arbeiten wir auch mit Rebowl zusammen. Wir haben zwar noch nicht ausschließlich Mehrweg, werden aber ab Januar 2023 eine 50 Cent-Gebühr auf Einweg fordern. Finanziell macht diese Strategie langfristig Sinn und wir planen, irgendwann ausschließlich Mehrweg anzubieten.“

Unser Tipp für Gastronom*innen:

Klar kommen bei Mehrweg manche Kund*innen etwas aus der Komfortzone, aber wir haben gelernt, dass Kund*innen schließlich mitziehen und sich mit ihrer Entscheidung auch wohl fühlen. Wir raten dazu, die Vorteile und den Nutzen klar aufzuzeigen!“

FRIEDL KAFFEE

„Seit etwa März 2021 bieten wir ausschließlich Mehrweg-Behälter an. Entweder man bringt einen selbst oder bekommt von uns ein Recup gegen Pfand. Wir haben uns für Mehrweg entschieden, um Müll zu vermeiden und aus unserer Erfahrung finden es unsere Kund*innen auch richtig! Da wir auch früher für Einweg Geld verrechneten, wirkt sich unsere Entscheidung auf Mehrweg umzusteigen finanziell für uns gar nicht aus, denn auch früher mussten unsere Kund*innen für die Behälter selbst zahlen. Das war ein guter Anfang und würden wir auch so empfehlen!“

Unser Tipp für Gastronom*innen:

Einfach machen. Die Menschen gewöhnen sich daran – genauso wie an das Verbot von Plastiktüten!“

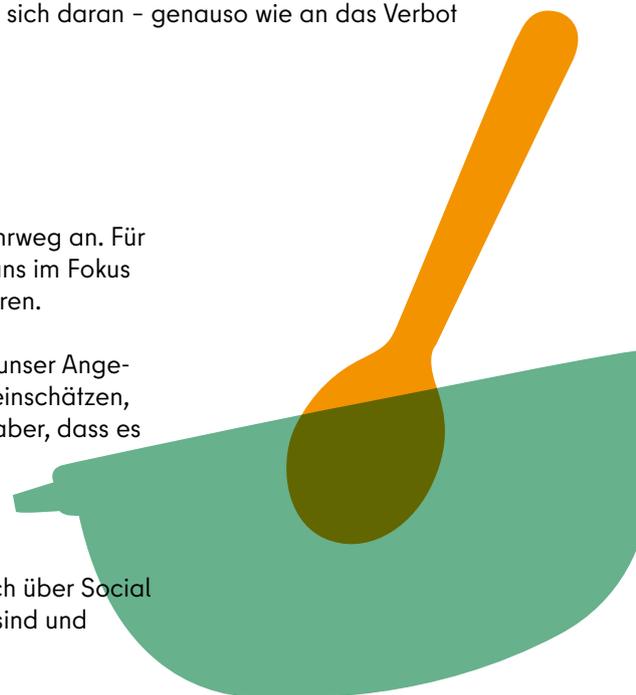
HAPPA RESTAURANT

„Wir bieten seit unserer Eröffnung im November 2022 ausschließlich Mehrweg an. Für uns war das eine klare Entscheidung, da nachhaltiges Wirtschaften bei uns im Fokus steht. Wir möchten als Unternehmen so wenig Müll wie möglich produzieren.“

Bisher haben alle positiv auf unsere Entscheidung reagiert und nehmen unser Angebot gern in Anspruch. Natürlich können wir zum jetzigen Zeitpunkt nicht einschätzen, wie sich Mehrweg auf unser Unternehmen finanziell auswirkt. Wir finden aber, dass es einfach die richtige Entscheidung ist.“

Unser Tipp an Gastronom*innen:

Wir kommunizieren unsere Werte sowohl im Kund*innengespräch als auch über Social Media. Wir glauben, dass Transparenz und Kommunikation sehr wichtig sind und helfen, den Menschen zu verstehen, warum wir was anbieten.“



NOCH TIEFER INS THEMA EINTAUCHEN?

Es gibt Projekte und Organisationen, die sich dem Thema Mehrweg angenommen haben. Wir empfehlen folgende Quellen:

www.einmalohnebitte.de
www.betterworldcup.de
www.zerowasteverein.de
www.duh.de/mehrweg-mach-mit

UNSER FAZIT

Durch das Projekt "Mehrweg in Friedrichshain-Kreuzberg - an den Hotspots rund um die Admiralbrücke und den Boxhagener Platz" konnten wesentliche Erkenntnisse rund um die Nutzung von Mehrweg und damit verbundene Schwierigkeiten und Hürden gewonnen werden.

In vielen Gesprächen mit Gastronom*innen stellte sich heraus, dass keine der bereits vorhandenen Mehrweglösungen perfekt ist, als dass sie im Handling und anderen relevanten Faktoren mit Einwegverpackungen mithalten kann. Während mehr und mehr Mehrweg-Poolanbieter auf den Markt drängen, kann keiner eine wirklich einfache und rundum unkomplizierte Lösung (z.B. ohne App oder Pfand, mit Rückgabestation, passende Behälter) bieten. Bis dahin werden gesetzte Anreize nur die Gastronom*innen erreichen, die sowieso Mehrweg einführen würden. Die große Zahl an verschiedenen Poolsystemen und Unternehmen, die Mehrweglösungen entwickeln, bringt aber Bewegung in das Angebot und so ist zu erwarten, dass die genannten Hürden auf lange Sicht aus dem Weg geräumt werden können. Relevant sind hierfür auch Standards für Mehrweglösungen oder eine gemeinsame Infrastruktur, die z.B. die Rückgabe für Kund*innen einfacher machen könnte.

Dass Gastronomiebetriebe den Mehraufwand von Mehrweg aus eigener Motivation heraus oder allein durch Bewusstseinsbildung und Sensibilisierung in Kauf nehmen, hat sich leider als unrealistisch dargestellt. Klar gezeigt hat sich hingegen, dass Konsument*innen und ihre Entscheidungen extrem wichtig sind, um Druck auf Unternehmen und Gastronomiebetriebe auszuüben - zumindest solange es Politik und gesetzliche Regularien nicht schaffen, diesen Druck aufzubauen. Ob die kommende Mehrwegpflicht in der Praxis die gewünschte Wirkung erzielt, ist noch nicht abzusehen. Wichtig hierfür sind vor allem die in den Handlungsempfehlungen erwähnten (symbolischen) Kontrollen.

Positiv hervorzuheben ist aber, dass es bereits zahlreiche Unternehmen und Betriebe gibt, die Mehrweg erfolgreich nutzen. Diese sind wichtige Vorbilder für Gastronom*innen, die die Umsetzung der bevorstehenden Mehrwegpflicht als Hürde sehen. Sie zeigen: Mehrweg erfolgreich zu nutzen ist möglich - und in puncto Klimaschutz und Ressourcenschonung eine absolute Notwendigkeit. Wie bei jeder Veränderung gilt auch hier, dass der Prozess ab Erreichen einer kritischen Masse wesentlich beschleunigt wird. Die Mehrwegpflicht, die z.B. auch die Systemgastronomie betrifft, setzt dafür einen wichtigen Impuls.

Damit Mehrweg bald zum neuen Standard wird!

IMPRESSUM

KOOPERATIONSPARTNER

NEW STANDARD.STUDIO Mauracher van Olst GbR
Lucy-Lameck-Straße 17
12049 Berlin

Circular City - Zirkuläre Stadt e.V.
Rheinsberger Straße 34
10435 Berlin

IM AUFTRAG VON

Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg von Berlin

AUTOR:INNEN DIESES BERICHTS

Maximilian Mauracher
Monika van Olst
NEW STANDARD.STUDIO

Meg Koch
Circular City - Zirkuläre Stadt e.V.

PROJEKTLAUFZEIT

01. Dezember 2021 - 30. November 2022

VERÖFFENTLICHUNG DIESES BERICHTS

10. Januar 2023

QUELLEN

- 1 betterworldcup.de/berlin/die-initiative/
- 2 www1.wdr.de/radio/wdr2/themen/frag-doch-mal-die-maus/wie-schwer-ist-ein-einfamilienhaus-100.html
- 3 www.morgenpost.de/bezirke/friedrichshain-kreuzberg/article235989493/Mehr-Mehrweg-ins-To-go-Geschaeff.html